

PERSEPSI REMAJA SURABAYA TERHADAP
TAYANGAN KOREAN WAVE DI INDOSIAR
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Remaja Surabaya Terhadap
Tayangan Korean Wave Sebagai Budaya Populer di Indosiar)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh:

INDRIANA SAPRITA

NPM. 08 43010 182

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

“PERSEPSI REMAJA SURABAYA TERHADAP
TAYANGAN KOREAN WAVE DI INDOSIAR”

“(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Remaja Surabaya Terhadap
Tayangan Korean Wave Sebagai Budaya Populer di Indosiar)”

Disusun Oleh:

INDRIANA SAPRITA
NPM. 08 43010 182

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 14 Juni 2012

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Tim Penguji:

1. Ketua

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 370069400351

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 6704 95 0036 1

2. Sekretaris

Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 370069400351

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 19580801 198402 1001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

ABSTRAK

INDRIANA SAPRITA. PERSEPSI REMAJA SURABAYA TERHADAP TAYANGAN KOREAN WAVE DI INDOSIAR (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Tayangan Korean Wave Sebagai Budaya Populer di Indosiar)

Perhatian penelitian ini adalah bagaimana persepsi remaja Surabaya terhadap tayangan Korean Wave sebagai budaya populer di Indosiar berdasarkan banyaknya tayangan bernuasa Korea di televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman remaja mengenai tayangan Korean Wave, yang dapat digunakan untuk mempengaruhi remaja agar mau melestarikan budaya Indonesia.

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori S-O-R. Dari analisis data diketahui bahwa persepsi remaja terhadap tayangan Korean Wave adalah positif dilihat dari penerimaan Korean Wave oleh remaja. Hasil penelitian menyatakan bahwa drama Korea menjadi tayangan Korean Wave yang paling sering dilihat dan disukai oleh remaja karena memiliki kualitas bagus dan ciri khas menarik dan.

ABSTRACT

INDRIANA SAPRITA. SURABAYA'S TEENAGERS PERCEPTIONS TO KOREAN WAVE IMPRESSION IN INDOSIAR (Qualitative Descriptive Study about Surabaya's Teenagers Perceptions to Korean Wave Impressions as an Popular Culture in Indosiar).

This research interest is how Surabaya's teenagers perceptions to Korean Wave impression as an popular culture in Indosiar based on lots of Korean Wave impression nuance in television. Purpose of this research is to gain an understanding of teenagers about Korean Wave impression, which can be used to influence teenagers to have a will to perserve Indonesian culture.

This research method is qualitative deskriptif using S-O-R theory. From the data analysis, known that teenagers perceptions of the Korean Wave impression is positive, seen from the Korean Wave acceptance by teenagers. This research result clarify that Korean drama become the most frequently seen and liked by teenagers because have it has a good qualities and attractive characteristic

Keyword : persepsi, remaja, Korean Wave, budaya populer.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul PERSEPSI REMAJA SURABAYA TERHADAP TAYANGAN KOREAN WAVE DI INDOSIAR (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Tayangan Korean Wave Sebagai Budaya Populer Di Indosiar).

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP Rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si Dekan FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Juwito, S.Sos, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur.
4. Drs. Syaifuddin Zuhri, M. Si, selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas bimbingan dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga Tercinta, Papa, Mama, Uni atas doa dan dukungannya baik moral maupun materiil.
6. Sigit Supriyo a.k.a Coffe, kakak sekaligus teman terbaik dari yang terbaik atas semangat, inspirasi dan motivasinya.

7. Lulut Nilot Palasari teman seperjuangan dalam proses Skripsi, Hwaiting Chingu!!
8. My extraordinary friends: Lulut, Risca, Ajeng, Mbak Rere, Mas Akhmad, Zero, Desi, Lutfi dan juga Ak. Family atas semangat, inspirasi dan motivasinya. Tidak lupa terima kasih juga Laboratorium Ak. UPN Radio.
9. Geng Ceria atas dorongan semangatnya: Eztyo, Nanang, Irul, Donnie yang tidak pernah lelah bertanya “Kapan skripsi? Kapan sidang? Kapan lulus?”
10. Super Junior Yesung untuk semangat dan isnpirasinya. Gamsahabnida Oppa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Surabaya, 21 April 2012

Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Akademia	15
1.5. Manfaat Secara Praktis	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa	17
2.2. Televisi	19
2.3. Persepsi	24
2.3.1. Pengertian Persepsi	24
2.3.2. Jenis Persepsi	26
2.3.3. Karakteristik Persepsi	27
2.3.4. Proses Persepsi	28
2.3.5. Persepsi dan Budaya	29
2.4. Budaya Populer	31
2.4.1. Pengertian Budaya Populer	31
2.4.2. Ciri-ciri Budaya Populer	37
2.5. Korean Wave	40
2.5.1. Pengertian Korean Wave	40
2.5.2. Awal Mula Korean Wave	42
2.5.3. Produk-produk Korean Wave	44
2.6. Remaja	47
2.6.1. Pengertian Remaja	47
2.6.2. Remaja dan Tokoh Idolanya	49
2.7. Pengaruh	52
2.7.1. Pengertian Pengaruh	52

2.8. Teori S-O-R	51
2.9. Kerangka Berpikir	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	56
3.2. Definisi Operasional	57
3.2.1. Remaja	58
3.2.2. Persepsi	59
3.2.3. Korean Wave, Produk-produk Korean Wave, Tayangan Korean Wave	60
3.3. Subyek atau Informan Penelitian	62
3.4. Lokasi Penelitian	63
3.5. Instrument Penelitian	64
3.6. Teknik Pengumpulan Data	64
3.7. Teknik Analisis Data	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1. Gambaran Umum Surabaya	69
4.1.2. Gambaran Umum Remaja	70
4.1.3. Gambaran Umum Korean Wave	73

4.2. Identitas Informan	74
4.3. Penyajian Data	76
4.4. Hasil Penelitian	77
4.4.1. Deskripsi Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Korean Wave Secara Umum	77
4.4.2. Deskripsi Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Produk-produk Korean Wave Secara Umum	88
4.4.3. Deskripsi Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Tayangan Korean Wave Secara Umum	101
4.5. Pembahasan	115
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	116
5.2. Saran	117
 DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejak beberapa tahun terakhir, tidakkah masyarakat diherankan dengan apa yang disajikan berbagai media massa saat ini? Ya, hampir disetiap media massa di Indonesia baik elektronik maupun cetak menyuguhkan berbagai hal bernuansa Korea. Hal ini erat kaitannya dengan fenomena Korean Wave yang sedang terjadi berbagai belahan dunia saat ini.

Gelombang Korea/ Demam Korea/ Korean Wave atau yang lebih dikenal dengan sebutan Hallyu merupakan istilah buatan yang memiliki makna pengaruh budaya modern Korea di negara-negara lain di dunia termasuk salah satunya Indonesia. Istilah-istilah tersebut bukanlah hal yang asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan dan membicarakan fenomena ini yang tanpa sadar ikut mengkonsumsinya.

Merebaknya Korean Wave di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, Korean Wave memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi

dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia.

Penyebaran budaya populer ini tidak lepas dari peran media massa terutama media televisi. Televisi merupakan bagian dari salah satu media komunikasi massa. Televisi yang muncul di masyarakat di awal dekade 1960-an, semakin lama semakin mendominasi komunikasi massa. Sebagai media massa, televisi memang memiliki kelebihan dalam penyampaian pesan dibandingkan dengan media massa lain. Pesan-pesan melalui televisi disampaikan melalui gambar dan suara secara bersamaan (sinkron) dan hidup, sangat cepat (aktual) terlebih lagi dalam siaran langsung (live broadcast) dan dapat menjangkau ruang yang sangat luas (Wahyudi, 1986: 3).

Televisi biasa juga dikatakan sebagai “kotak ajaib” dunia. Dikarenakan penyuguhan informasinya sangat menarik dengan menampilkan gambar, suara, warna dan kecepatan yang menjadi favorit sejak awal penemuannya. Televisi karena sifatnya yang audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif.

Di Indonesia saja hampir di setiap stasiun televisi menyuguhkan berbagai program acara hiburan bernuansa Korea seperti program acara musik, drama dan film. Drama Korea menjadi produk Korean Wave paling digemari masyarakat karena penayangannya yang paling sering dari produk-produk Korean Wave lainnya. Sebelumnya peneliti telah mengamati salah satu channel

nasional di Indonesia yang sering menayangkan drama Korea. Salah satunya adalah Indosiar, sekitar mulai pukul 12.00 hingga 18.00 drama Korea ditayangkan setiap harinya dari hari Senin hingga Jum'at. Sedangkan, program acara musik asli Korea Music Bank hanya disuguhkan setiap hari Sabtu dan Minggu selama satu setengah jam. Hal ini kemudian diikuti oleh stasiun televisi lainnya dengan ikut menampilkan drama dan program acara musik di stasiun televisinya. Untuk drama Korea, stasiun televisi lain yang juga menayangkannya adalah ANTV dan Bchannel, sedangkan untuk acara musik adalah ArekTv dan MHTV namun dengan durasi yang tidak sebanyak Indosiar. Hal ini lah yang mendasari peneliti untuk menjadikan stasiun televisi Indosiar sebagai subyek penelitian dalam melihat pengaruh Korean Wave sebagai budaya populer terhadap persepsi remaja Surabaya

Bukan hanya program acara televisi saja, iklan pun tak luput dari serangan Korean Wave ini. Beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia telah mengenal dan menggunakan merk-merk produk elektronik Korea yang bahkan menggunakan model Korea asli seperti Samsung yang dibintangi oleh Hyun Bin dan LG dibintangi oleh Super Junior, lalu berbagai macam merek transportasi Korea seperti salah satunya Hyundai, bahkan sampai peralatan rumah tangga seperti magic-jar bermerk Yong Ma, produk kecantikan contohnya Simis, alat olahraga Double Power yang tidak semua orang menyadari bahwa alat-alat tersebut bermerk Korea.

Seperti yang kita ketahui bahwa manusia tergantung akan adanya informasi. Dan saat ini media massa memudahkan manusia untuk mengakses informasi yang berada disekitarnya (lokal, nasional, internasional) dengan lebih mudah, murah, dan cepat yang berarti media massa secara sadar atau tidak telah berperan membantu terjadinya aliran budaya populer. Hal ini dikarenakan melalui media massa lah orang-orang kreatif punya tempat yang tepat. Media massa dapat memperkaya masyarakat dengan menyebarkan karya kreatif dari manusia seperti karya sastra, musik, dan film. (Vivian, 2008: 505). Dimana karya-karya kreatif tersebut termasuk beberapa produk budaya populer. Bahkan, bisa dikatakan bahwa dengan media massa-lah budaya populer Korean Wave memasuki semua sudut negara-negara di dunia. Dengan kata lain, disadari atau tidak, sebagian masyarakat Indonesia sudah terpengaruh dengan Korean Wave.

Media seringkali menyerap budaya populer untuk kepentingan isi dan bentuknya. Budaya tersebut tercermin dalam media dan kadang kala ditampilkan dalam bentuk yang telah disesuaikan oleh rakyat sendiri (Denis Mc Quail 1991: 38). Hal ini dikarenakan budaya populer mengandalkan unsur kesenangan dan hiburan, dan salah satu fungsi media massa adalah untuk menghibur khalayaknya (to entertain).

Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer.

Negara itu telah menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer, antara lain melalui Music Television (MTV), McDonald, Hollywood, dan industri animasi mereka (Walt Disney, Looney Toones, dll). Namun, perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Hongkong, Taiwan, dan kini Korea Selatan,.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal inilah yang memudahkan Korean Wave sebagai budaya populer lebih cepat dan mudah menyebar ke seluruh dunia.

Budaya populer berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti superstar, fashion, transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu. Menurut Ben Agger, Sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat (dalam Burhan Bungin, 2009: 100). Hal ini tidak lepas dari unsur komersialitas media massa, dimana hampir setiap media massa berlomba mendapatkan khalayak sebanyak-banyaknya.

Jika diperhatikan, budaya populer memiliki dua istilah yang dikombinasikan menjadi satu yaitu budaya dan populer. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta dan rasa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta rasa, karsa, dan rasa tersebut (Koentjaraningrat, 1976:28). Sedangkan populer diambil dari kata pop yang berarti “rendah”, “dasar”, “vulgar”, dan “masyarakat kebanyakan” pop juga dapat berarti “luas” dalam konotasi yang positif. Berdasarkan arti kata pop yaitu “masyarakat kebanyakan” dan “luas” maka populer dapat berarti diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak.

Jika kedua istilah tersebut dikombinasikan maka budaya populer adalah budaya yang diproduksi secara komersial. Budaya populer adalah gaya, style, ide, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama (mainstream). Dalam perspektif industri budaya, budaya populer merupakan budaya yang lahir atas kehendak media. Hal ini dikarenakan media telah memproduksi segala macam jenis produk budaya populer yang hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global media hingga masyarakat tanpa sadar telah menyerapnya.

Di Indonesia sendiri, kebudayaan merupakan salah satu aspek kekuatan bangsa yang memiliki kekayaan nilai budaya yang beragam, termasuk keseniannya. Dari kebudayaan jugalah gaya hidup tercipta. Gaya hidup saat ini tengah mengguncang kesadaran manusia menjadi komoditas. Masyarakat kini

cenderung terserap dalam keperkasaan budaya populer dengan segala atributnya. Fenomena di atas secara jelas telah menggambarkan bagaimana budaya pop telah merasuk ke segala lini kehidupan. Penampilan dan gaya menjadi lebih penting dari pada moralitas sehingga nilai-nilai tentang baik atau buruk telah lebur dan dijungkirbalikan. Budaya populer merupakan suatu pola tingkah laku yang disukai sebagian besar masyarakat. Tanda-tanda pesatnya pengaruh budaya populer ini dapat di lihat pada masyarakat Indonesia yang konsumtif karena budaya populer menjadikan seseorang tidak sadar mengikuti apa yang sedang terjadi saat itu. Membeli barang bukan didasarkan kebutuhan melainkan lebih didasarkan pada image atau prestise.

Jika Korean Wave merupakan produk budaya populer, maka budaya populer merupakan produk dari globalisasi. Budaya populer yang berkaitan dengan globalisasi adalah salah satu penyebab tersebarnya korean wave. Hal ini dikarenakan budaya populer disebut juga sebagai budaya massa, dimana penyebaran produk budaya populer seperti film dan musik dibantu melalui media massa.

Selain peran dari media massa, Industri budaya pop Korea takkan seperti sekarang jika bukan karena basis penggemarnya, karena para penggemar/ kelompok penggemar (fandom) adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop (John Storey, 2007: 157). Dalam waktu singkat telah terjaring ratusan, ribuan, bahkan jutaan penggemar budaya ini. Komunitas

penggemar kemudian membentuk sub-kultur mandiri dan membuat industri budaya pop Korea tetap hidup sampai sekarang serta menjadi sebuah sub-kultur yang hadir secara global. Dan umumnya penggemar budaya Korea (Korean Lovers) adalah remaja. Memang tidak hanya remaja saja yang terkena demam Korea, bahkan orang tua zaman sekarang juga tidak luput dari fenomena ini. Tapi yang menjadi pusat perhatian dari fenomena ini adalah para remaja, mengapa remaja? Karena usia remaja merupakan usia dimana seseorang sedang dalam proses pencarian jati diri sehingga mudah dipengaruhi. Maka jelas sekali, para remaja menjadi pusat perhatian dari Korean Wave ini.

Hal ini didasari karena masa remaja merupakan masa transisi (peralihan) dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Dalam masa ini terjadi perubahan emosi dan perubahan sosial pada remaja. Masa remaja penuh dengan gejolak, penuh dengan pengenalan dan petualangan akan hal-hal baru dan masa pencarian jati diri. Untuk mencari jati diri mereka seorang remaja merasa tertantang dan tertarik untuk membuktikan kemampuan intelektualnya. Remaja dalam masa ini sangat labil dan menjadi mudah terpengaruh akan hal yang dilihat maupun hal yang terjadi sekitarnya.

Remaja merupakan aset sumber daya manusia yang merupakan tulang punggung penerus generasi bangsa di masa mendatang. Yang disebut remaja adalah mereka yang berusia 10-20 tahun, dan ditandai dengan perubahan dalam bentuk dan ukuran tubuh, fungsi tubuh, psikologi dan aspek fungsional. Dari

segi umur remaja dapat dibagi menjadi remaja awal/ early adolescence (10-13 tahun), remaja menengah/ middle adolescence (14-16 tahun) dan remaja akhir/ late adolescence (17-20 tahun) (Behrman, Kliegman & Jenson, 2004).

Umumnya, remaja mengidentifikasikan diri pada seseorang yang dianggap sebagai idola. Ketika remaja mengidolakan seorang tokoh, mereka akan mengidentifikasikan dirinya pada tokoh tersebut, lalu berusaha untuk mewujudkan dirinya seperti gambaran tokoh idolanya itu. Caranya dengan meniru sifat-sifat, kemampuan atau keahlian yang dimiliki oleh tokoh idola itu. Umumnya tokoh idola yang diidentifikasi merupakan orang-orang terkenal, pandai dan ahli di bidangnya. Tokoh idola tersebut bisa berasal dari tokoh bintang film, musikus, politikus, negarawan, ilmuwan, ulama, atau sastrawan dan biasanya merupakan figur yang memiliki karakteristik seperti: tegas, disiplin, berani, terkenal, cerdas/ pandai, berbakat, berkharisma, berwibawa, rendah hati, ramah, dan menjadi panutan masyarakat bangsa atau dunia internasional. Sifat-sifat tersebut kemudian ditiru dan diinternalisasi dalam diri pribadinya. (Dariyo, 2004: 20). Dan secara disadari atau tidak hal ini menciptakan sebuah perubahan gaya hidup pada remaja.

Budaya musik pop, majalah, konser, festival, komik, wawancara dengan bintang pop, film, dan sebagainya, membantu memperlihatkan sekaligus menjadi bukti pemahaman akan identitas di kalangan kaum muda:

Budaya yang disediakan oleh pasar hiburan komersial... memainkan peran penting. Ia mencerminkan sikap dan sentiment yang telah ada di

sana, dan pada saat bersamaan menyediakan wilayah yang penuh ekspresi serta sederet simbol yang melalui simbol itu sikap tersebut bisa diproyeksikan... budaya remaja merupakan sebuah paduan kontradiktif antara yang autentik dan yang dimanufaktur: ia adalah area ekspresi diri bagi kaum muda dan padang rumput yang subur bagi provider komersial. (John Storey, 2007: 126)

Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan memetakan khalayak yang dominant dan negotiated saja, sebab peneliti beranggapan bahwa khalayak yang menolak (oppositional) tidak akan menjadi objek penelitian karena tidak memenuhi kategori sebagai penggemar budaya pop Korea (Korean Lovers).

Terpilihnya Surabaya sebagai lokasi penelitian ini adalah dikarenakan Surabaya merupakan kota multi etnis yang kaya budaya. Setiap budaya membaur dengan penduduk asli Surabaya membentuk pluralisme budaya yang selanjutnya menjadi ciri khas kota Surabaya. Masyarakat asli Surabaya juga mudah bergaul dengan gaya bicara yang terbuka. Hal ini memudahkan masuknya dan diterima adanya budaya baru di Surabaya. Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di kawasan Indonesia timur dan hal tersebut lekat merupakan beberapa produk globalisasi. <http://www.surabaya.go.id/> (Situs resmi pemerintah kota Surabaya).

Tidak hanya itu, Surabaya juga merupakan kota selain Jakarta yang sering dikunjungi oleh artis asal Korea Selatan. Seperti baru-baru ini ramai dibicarakan mengenai kedatangan Han geng artis asal China yang lebih dahulu terkenal sebagai artis Korea karena debut awalnya di Korea melalui boyband Super Junior pada 22-24 September 2011. Kedatangannya ke Surabaya

disambut antusias oleh fans yang menyebabkan terjadi keributan. Fans rela berdesakan hanya untuk melihat idolanya. Bisa disimpulkan betapa besarnya animo masyarakat dalam menyambut Korean Wave ini.

<http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=f250e6b8fde05559bfa1288fd11ac81e&jenis=d41d8cd98f00b204e9800998ecf8427e>

Tipe dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ingin melihat bagaimana pengaruh Korean Wave yang saat ini tengah mewabah di tengah masyarakat diadopsi sedemikian rupa sehingga mempengaruhi gaya hidup mereka, baik itu dari segi fashion, selera dalam memilih produk serta hubungan dengan lingkungan sekitar.

Dalam penelitian kualitatif ini, data utama diperoleh dari peneliti sendiri yang secara langsung mengumpulkan informasi yang didapat dari subjek penelitian yaitu Korea Lovers di Surabaya. Penelitian ini dilakukan secara intensif melalui observasi lapangan, wawancara dengan narasumber, serta penelaahan melalui literature.

Design dalam tahap pembahasan penelitian ini, akan berisi uraian-uraian tentang objek yang menjadi fokus penelitian yang ditinjau dari sisi-sisi teori yang relevan dengannya dan tidak menutup kemungkinan bahwa design penelitian ini akan berubah sesuai dengan kondisi atau realitas di lapangan.

Yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana para remaja sebagai penerus bangsa mempersepsi pengaruh Korean Wave sebagai bagian

dari budaya populer dalam gaya hidup mereka. Persepsi diartikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data (Sobur, 2003: 451).

Pengaruh erat kaitannya dengan budaya populer, karena tanpa adanya pengaruh, sebuah budaya tidak akan dikenal dan diikuti. Untuk menjadi sebuah budaya yang populer Korean Wave harus bisa mempengaruhi cara berpikir seseorang sehingga orang tersebut mau mengkonsumsi, mengadaptasi budaya tersebut atau bahkan ikut menyebarkannya. Hal ini dapat dilihat dari arti kata pengaruh dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 849) bahwa “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang”.

Jika diteliti dengan cermat sesungguhnya Korean Wave sendiri tidak lepas dari pengaruh budaya barat/ western yang lebih dulu menjadi fenomena budaya populer di dunia, seperti musik pop dan hip-hop yang terlahir di Amerika namun masyarakat Korea mampu meleburkan budaya barat itu dengan budayanya tanpa menghilangkan budaya asli Korea dalam mengenalkan budayanya, misal: perpaduan musik Gukak (musik klasik Korea) dengan menggunakan alat musik Janggu (alat musik perkusi tradisional Korea) Gayageum (Harpa Korea) dan Haeguem (Biola Korea) dipadukan dengan biola elektronik yang menciptakan musik baru yang disebut Fusion Gukak (perpaduan musik klasik Korea dengan instrumen musik Barat) oleh SOREA

girl group asal Korea yang membuat masyarakat dunia tanpa sadar telah lebih mengenal dan mudah menerima musik tradisional Korea tersebut. Hal ini menjadikan musik tradisional Korea lebih mudah dikenal diseluruh dunia dan Korean Wave menjadi lebih mudah diterima oleh masyarakat dunia yang lebih dulu sudah terjangkit virus western.

Oleh karena itu jika Korea bisa memajukan budaya aslinya dengan memanfaatkan budaya western. Mengapa Indonesia tidak melakukan hal yang sama? Yaitu memajukan budaya asli Indonesia dengan memanfaatkan Korean Wave.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk menghindari lingkup penelitian yang terlalu luas maka peneliti membuat beberapa pembatasan masalah terlebih dahulu untuk memudahkan proses penelitian. Adapun beberapa pembatasan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi remaja Surabaya berubah menerima terpaan dan keberadaan budaya Korea Selatan yang berbeda dengan kebudayaan asli Indonesia terutama penyebarannya melalui media massa televisi?

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka dapat dikemukakan perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

Korean wave sebagai produk dari budaya populer erat kaitannya dengan efek globalisasi, globalisasi sendiri berkaitan erat dengan media massa, dan salah satu media massa yang paling diminati saat ini adalah televisi. Melalui media massa televisi yang merangkum beragam informasi menjadi lebih menarik melalui audio visualnya yang menarik memudahkan Korean wave lebih mudah dan cepat diterima di seluruh dunia termasuk Indonesia. Perkembangan Korean Wave di Indonesia ini mempengaruhi pemikiran dan sikap masyarakat terhadap budaya ini. Masyarakat cenderung mengikuti budaya baru ini dan sedikit demi sedikit melupakan budaya aslinya sendiri yaitu budaya Indonesia.

Mengapa dan bagaimana budaya Korea Selatan saat ini lebih populer dari kebudayaan asli Indonesia? Hal ini tidak jauh dari peranan media massa dan remaja. Remaja sebagai generasi penerus budaya bangsa sudah terkikis rasa nasionalisnya dan menyebabkan tergesernya budaya asli Indonesia oleh budaya populer Korean Wave ini. Lalu bagaimana remaja-remaja tersebut mempersepsi Korean Wave ini sehingga mereka mau menerimanya dan mengkonsumsinya. Bagaimana remaja Surabaya lebih menyukai budaya Korea Selatan dari budayanya sendiri, mengapa remaja lebih tertarik terhadap budaya Korea Selatan dari pada budayanya sendiri, budaya Indonesia, bagaimana budaya Korea ini mempengaruhi gaya hidup remaja di Indonesia yang kemudian dapat mempengaruhi perkembangan budaya Indonesia.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapat pemahaman mengenai pengaruh budaya Korea Selatan dalam gaya hidup remaja Surabaya. Sebagai unsur kebudayaan populer di Indonesia, peneliti ingin memeriksa peran Korean Wave dalam mempengaruhi gaya hidup remaja Surabaya, dan bagaimana identitas remaja Surabaya diekspresikan melalui pengadaptasian beberapa kebudayaan Korea ke dalam gaya hidup mereka. Karena objek utama penelitiannya adalah kebudayaan, maka studi ini memeriksa unsur kebudayaan asli Indonesia yang mulai tersaingi dan terlupakan dengan adanya budaya Korea.

Selain itu tujuan lain penelitian ini adalah menemukan pengalaman dan alasan-alasan pengadaptasian Korean Wave sebagai budaya populer ke dalam budaya asli (tradisional) Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk menilai maksud pengadaptasian kebudayaan Korea di Surabaya dan ingin mengetahui bagaimana pendapat masyarakat Surabaya khususnya remaja mengenai Korean Wave yang mempengaruhi kebudayaan asli Indonesia.

1.4. Manfaat Akademia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa-masa mendatang.

1.5. Manfaat Secara Praktis

Sebagai media ilmiah untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan lapangan sebenarnya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat dan pemerintahan Surabaya sebagai sumbangan pemikiran guna meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai budaya populer, peran dan manfaatnya.

Selain itu Manfaat dari penelitian ini adalah agar Korean Wave dapat dikaji pengaruhnya bagi masyarakat berdasarkan persepsi remaja terhadap pengaruh Korean Wave saat ini. Bagaimana Korean Wave dapat menarik minat remaja untuk mau mengkonsumsi dan mengadaptasinya dalam gaya hidup mereka. Hasil penelitian ini nantinya dapat diterapkan untuk mengembangkan budaya asli Indonesia melalui pengolahan dan pemanfaatan Korean Wave ini.